

DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 1 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilibert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



ANUNCI DE LICITACIÓ

Licitació del contracte relatiu al “*servei de disseny i la producció d’una campanya de difusió de la realitat rural de la demarcació de Lleida i la seva inserció als diferents mitjans de comunicació (2 lots) finançat per la Secretaria General para el Reto demográfico del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO)*” (Exp.2024/48-20)

La Junta de Govern de la Diputació de Lleida, núm. 16/2024 en sessió de caràcter ordinari de 6 de maig de 2024, va aprovar l’expedient de contractació del servei de referència mitjançant procediment obert, amb pluralitat de criteris d’adjudicació i tramitació ordinària, rectificat per la Junta de Govern num.17/2024 de 13 de maig de 2024, de la següent contractació:

1. Entitat adjudicadora.

- Organisme: Diputació de Lleida
- Dependència que tramita l’expedient: Servei de Contractació de la Diputació de Lleida.
- Tipus de poder adjudicador: Administració Pública
- Principal activitat del poder adjudicador: Serveis públics generals
- Central de compres/contractació conjunta: No
- Número d’expedient: Exp.2024/48-20

2. Obtenció de la documentació i informació:

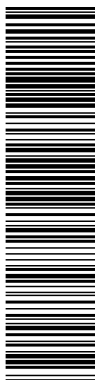
- Entitat: Servei de contractació de la Diputació de Lleida
- Domicili: C/ Carme, 26
- Localitat i codi postal: Lleida CP 25071
- Codi NUTS: ES513
- Telèfon: 973 70 40 62/973 70 41 23
- Adreça electrònica: contractacio@diputaciolleida.cat
- Adreça d’Internet del perfil del contractant :
<https://contractaciopublica.gencat.cat/perfil/diputaciolleida/customProf>
- Data límit d’obtenció de documents i informació: la documentació addicional o aclariments sobre els plecs i demés documentació complementària es facilitarà almenys 6 dies abans de que finalitzi el termini fixat per a la presentació d’ofertes, sempre que hagi estat demanada almenys 12 dies abans del mateix termini.

3. Objecte del contracte:

- Tipus: Serveis
- Descripció de l’objecte: ***servei de disseny i la producció d’una campanya de difusió de la realitat rural de la demarcació de Lleida i la seva inserció als diferents mitjans de comunicació, finançat per la Secretaria General para el Reto demográfico del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO)***” (2 lots)
- Divisió en lots: Si

Lot 1: Producció de l’audiovisual.

Lot 2: Inserció de la campanya als mitjans de comunicació.



DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 2 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilabert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Diputació de Lleida
Contractació

- d) Lloc d'execució: Lleida
e) Termini d'execució:

LOT 1 Producció audiovisual per al difusió de la realitat rural: La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'haurà de realitzar des de la signatura del contracte fins a 30 de novembre de 2024.

Lot 2 Inserció de la producció audiovisual als diferents mitjans de comunicació: La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'haurà de realitzar des del moment de la formalització fins que finalitzi la difusió de la campanya als diferents mitjans de comunicació (la campanya s'ha de dur a terme durant el quart trimestre de 2024, preferiblement durant els mesos d'octubre i novembre, finalitzant en tot cas abans del 31 de desembre de 2024)

- f) Codi CPV:
LOT 1: 79341400-0. Serveis de campanyes de publicitat
LOT 2: 79341200-8. Serveis de gestió publicitària.

4. Tramitació i procediment:

- a) Tramitació: Ordinària
b) Procediment: Obert pluralitat de criteris d'adjudicació.
c) Subhasta electrònica: No
d) S'aplica un acord marc: No
e) S'aplica un sistema dinàmic d'adquisició: No

5. Valor estimat del contracte:

El valor estimat del contracte ascendeix a un total de 184.297,52 € (IVA exclòs) d'acord amb el següent desglossament per lot :

Lot 1: 33.057,85 € (IVA exclòs)
Lot 2: 151.239,67 € (IVA exclòs)

6. Pressupost base de licitació:

El pressupost base de licitació total d'aquest contracte ascendeix a la quantitat de 184.297,52 € més 38.702,48 € corresponents al 21% d'IVA, el qual ascendeix a un total de 223.000 €. d'acord amb el següent desglossament per lots:

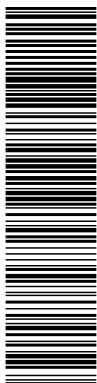
Lot 1: 33.057,85 € més 6.942,15 € corresponents al 21% d'IVA, el qual ascendeix a un total de 40.000 €, d'acord amb el desglossament establert a la memòria justificativa del contracte.

Lot 2: 151.239,67 € més 31.760,33 € corresponents al 21% d'IVA, el qual ascendeix a un total de 183.000 € d'acord amb el desglossament establert a la memòria justificativa del contracte.

7. Garanties exigides:

Provisional: No s'exigeix

Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 322778 UE6DH-GC6FU-U0BEP 66792F0A9C64C2C4A8A984DAA965B5D5E2F829) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.lleida.cat/portal/verificarDocumentos.do?ent_id=1



DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 3 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilabert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Diputació de Lleida
Contractació

Definitiva: Cinc per cent (5 %) de l'import d'adjudicació, IVA exclòs.

8. Requisits específics del contractista:

8.1. Criteris de selecció relatius a la solvència econòmica i financera i tècnica o professional

Criteris de solvència econòmica i financera

Lot 1: "Producció audiovisual per la difusió de la realitat rural"

De conformitat amb l'article 87 de la LCSP, l'empresari haurà de disposar d'un volum anual de negocis en l'àmbit d'activitats corresponent a l'objecte del contracte que referit a l'any de major volum de negocis dels tres (3) últims conclusos haurà de ser almenys de **49.587 €**.

Aquest volum anual de negoci s'acreditarà mitjançant l'aportació dels comptes anuals aprovats i dipositats al registre mercantil, si l'empresari estigués inscrit a l'esmentat registre, i en cas contrari, per les dipositades en el registre oficial en què hagi d'estar inscrit.

Lot 2: "Inserció de la producció audiovisual als diferents mitjans de comunicació"

De conformitat amb l'article 87 de la LCSP, l'empresari haurà de disposar d'un volum anual de negocis del licitador que referit a l'any de major volum de negocis dels tres (3) últims conclusos haurà de ser almenys de **226.860 €**.

Aquest volum anual de negoci s'acreditarà mitjançant l'aportació dels comptes anuals aprovats i dipositats al registre mercantil, si l'empresari estigués inscrit a l'esmentat registre, i en cas contrari, per les dipositades en el registre oficial en què hagi d'estar inscrit.

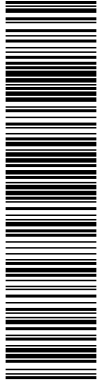
Criteris de solvència tècnica o professional

De conformitat amb l'article 90 de la LCSP, caldrà disposar de la solvència tècnica o professional mitjançant l'aportació de la següent documentació:

Lot 1: Les persones licitadores hauran de ser entitats o persones dedicades a l'àmbit de la comunicació, amb la suficient experiència i capacitat tècnica per l'adequada execució del contracte, aquesta solvència haurà de ser acreditada per cada empresa adjudicatària, respecte el compliment dels 2 requisits següents:

- Caldrà que l'empresa hagi participat com a mínim en 5 campanyes de comunicació on l'eix de la campanya hagi estat una producció audiovisual. Per tal d'acreditar aquesta circumstància, serà necessari que les empreses presentin una declaració responsable segons model, on hi figuri la relació amb un breu resum de les campanyes: títol de la campanya, data i client/organisme/empresa.
- Disposar per a l'execució d'aquest contracte, d'un equip tècnic format com a mínim per:
 - Director/a creatiu/iva, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars i les funcions del qual seran participar en la definició de la conceptualització del vídeo, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució.
 - Dissenyador/a gràfic/a, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. Suport creatiu i disseny.

DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 4 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilabert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Diputació de Lleida

Contractació

- Realitzador/a, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. Coordinarà tots els aspectes tècnics del vídeo.
- Productor/a, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. Encarregat de l'organització del rodatge i de controlar totes les despeses que es generen.

Una mateixa persona podrà assumir més d'un perfil professional exigít. L'empresa adjudicatària haurà de disposar, durant tota l'execució del contracte, del personal necessari per desenvolupar l'objecte contractual.

Tota l'experiència laboral exigida ha de ser acreditada mitjançant declaració responsable on s'indiquen les titulacions acadèmiques, els serveis realitzats, any d'execució i l'empresa amb qui es van realitzar.

Caldrà incloure en el sobre A la declaració responsable conforme l'empresa es compromet a adscriure a l'execució dels contractes els mitjans personals exigits en aquest apartat.

Lot 2: Les persones licitadores hauran de ser entitats o persones dedicades a l'àmbit de la comunicació, amb la suficient experiència i capacitat tècnica per l'adequada execució del contracte, aquesta solvència haurà de ser acreditada per cada empresa adjudicatària, respecte el compliment dels 2 requisits següents:

- Caldrà que l'empresa hagi participat com a mínim en la planificació de 10 campanyes de publicitat. Per tal d'acreditar aquesta circumstància, serà necessari que les empreses presentin un document en format PDF on hi figuri la relació amb un breu resum de les campanyes: títol de la campanya, data i client/organisme/empresa.

- Disposar per a l'execució d'aquest contracte, d'un equip tècnic format com a mínim per:
 - Director/a de comptes, amb una experiència professional mínima de 3 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia. Ha de dominar les estratègies online i offline i aportar solucions en les diferents especialitats digitals: branding, performance, social media, analítics.
 - Un executiu/va de comptes, amb una experiència professional mínima de 3 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia.

Aquests dos perfils no poden ser assignats a la mateixa persona. L'empresa adjudicatària haurà de disposar, durant tota l'execució del contracte, del personal necessari per desenvolupar l'objecte contractual.

Tota l'experiència laboral exigida ha de ser acreditada mitjançant declaració responsable on s'indiquen les titulacions acadèmiques, els serveis realitzats, any d'execució i l'empresa amb qui es van realitzar.

És necessari incloure en el sobre A la declaració responsable conforme l'empresa es compromet a adscriure a l'execució dels contractes els mitjans personals exigits en aquest apartat

9. Condició especial d'execució

DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 5 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilabert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Diputació de Lleida

Contractació

En aplicació de l'article 202 de la LCSP, seran condicions especials d'execució del contracte, les condicions mediambientals detallades a continuació, d'obligat compliment per l'adjudicatari:

S'estableix com a condició especial d'execució de caràcter social, l'obligació de l'empresa adjudicatària, en l'elaboració i presentació de l'objecte del contracte, d'incorporar la perspectiva de gènere i evitar els elements de discriminació sexista de l'ús del llenguatge i de la imatge.

El compliment d'aquesta condició quedarà justificat mitjançant una memòria explicativa de màxim 5 pàgines en què es resumeixin el conjunt d'accions dutes a terme durant la vigència del contracte relatives al compliment d'aquesta condició. Aquesta memòria serà lliurada a l'acabament del contracte.

Així mateix, també serà condició especial d'execució allò previst a l'article 201 LCSP.

10. Criteris d'adjudicació

- a) Criteris avaluables per judici de valor: 45 punts
- b) Criteris avaluables de forma automàtica: 55 punts

Per a que es pugui valorar la oferta mitjançant els criteris quantificables de forma automàtica, cal que s'obtingui una puntuació mínima de 25 punts en els criteris de valoració que depenen d'un judici de valor.

La fórmula general de ponderació per calcular la puntuació global serà:

$$PT = (0,45 \times PP) + (0,30 \times PE) + (0,25 \times Pec)$$

On:

PT= Puntuació total

PP= Puntuació del criteri relacionat amb la proposta de disseny

PE= Puntuació del criteri relacionat amb l'experiència professional

Pec= Puntuació de l'oferta econòmica

Lot 1. Criteris de valoració "Producció audiovisual per la difusió de la realitat rural", proposta de disseny de la producció audiovisual.

FASE 1- Criteris de valoració que depenen d'un judici de valor (Fins a un màxim de 45 punts)

Proposta tècnica

Aquesta fase consisteix en presentar una proposta tècnica que ha d'incloure la creativitat, el disseny, la realització i la producció d'una campanya de publicitat per difondre-la en els mitjans de comunicació següents: televisió, ràdio, mitjà imprès, exterior i internet. Els detalls per fer aquesta proposta tècnica es concreten al brífing que es recull al Annex I de la memòria justificativa del contracte.

La proposta tècnica es puntuarà amb un **màxim de 45 punts** i es valoraran aspectes, tant a nivell d'imatge com funcionals, que contribueixin a assegurar que el missatge a transmetre als ciutadans i ciutadanes de Catalunya s'ajusti als objectius informatius, és a dir, que el missatge es comuniqui d'una forma entenedora, clara i objectiva però també original i notòria per poder captar l'atenció del públic objectiu.

DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demogràfic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 6 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilabert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Diputació de Lleida

Contractació

Aquesta primera fase és eliminatòria i per tant si no es supera amb 25 punts o més, la proposta queda eliminada i ja no entrarà en valoració dels criteris automàtics.

Les empreses licitadores han de presentar una proposta tècnica en format PDF amb una extensió màxima de 20 pàgines que haurà d'incloure els següents elements:

- Exposició i argumentari del concepte creatiu. Només es pot presentar un únic concepte creatiu.
- Eslògan de la campanya.
- Espot: guió gràfic (*story*) degudament desenvolupat, escaleta i identificació dels elements que intervenen en l'espot. Es pot presentar també una maqueta o animàtic que mostri l'estil i la tipologia d'imatges i la proposta de muntatge.
- Fitxa amb els detalls tècnics previstos per a la producció dels vídeos.
- Text-guions escrits de les falques de campanya. No cal presentar gravació.
- Proposta de la gràfica per al mitjà imprès i exterior
- Proposta de la gràfica per als mitjans digitals (internet i xarxes socials) tant peces estàtiques com dinàmiques.

Hi ha una sèrie d'elements que conformen l'eix vertebrador de la campanya de publicitat "Projecte de recolzament a les polítiques públiques dissenyades per la Diputació de Lleida en el marc de les actuacions per afrontar el repte demogràfic a la província de Lleida" i que són determinants alhora de complir amb els seus objectius, i és per aquest motiu tenen un pes més representatiu.

Criteris valorables que depenen d'un judici de valor - Fins a 45 punts	
Descripció	Puntuació
A. Idea i concepte creatiu	Fins a 20 punts
Notorietat dels prescriptors del missatge. <ul style="list-style-type: none"> • La proposta no aporta notorietat donat que els prescriptors del missatge no són persones amb impacte i vinculació al territori: 0 punts. • La proposta aporta un cert grau de notorietat donat que els prescriptors són persones amb impacte i vinculació al territori: 5 punts. • La proposta aporta molta notorietat donada la rellevància dels prescriptors del missatge: 10 punts 	Fins a 10 punts
Concepte creatiu <ul style="list-style-type: none"> • El concepte creatiu no és original, no és inèdit, és similar al d'altres campanyes que ja han estat emeses: 0 punts • La proposta de concepte creatiu aporta un cert grau d'innovació i originalitat, però recorda a altres campanyes que ja han estat emeses: 2,5 punts • La proposta de concepte creatiu és innovadora i original, pot arribar a tenir un gran impacte en els usuaris finals o target: 5 punts 	Fins a 5 punts
Originalitat de l'eslògan <ul style="list-style-type: none"> • El eslògan o claim no és inèdit, és similar a altres campanyes que ja han estat emeses: 0 punts • El eslògan o claim aporta un cert grau d'innovació i originalitat, però recorda a altres campanyes que ja han estat emeses: 2,5 punts • El eslògan o claim és innovador i original, pot arribar a tenir un gran impacte en els usuaris finals o target: 5 punts 	Fins a 5 punts
B. Missatge	Fins a 5 punts
Nivell d'adequació del missatge a la campanya El missatge ha de ser proper, entenedor i efectiu. Ha de transmetre que viure en les zones rurals comporta una sèrie d'avantatges i beneficis com la salut, tranquil·litat, la no contaminació, sentiment de pertinença, proximitat, etc.	Fins a 5 punts

DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 7 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilibert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Diputació de Lleida

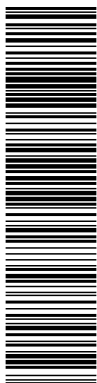
Contractació

Transmetre el missatge de que existeix una altra manera de viure. <ul style="list-style-type: none"> El missatge no s'adequa a l'objectiu de la campanya: 0 punts El missatge s'adequa a l'objectiu de la campanya parcialment: 2,5 punts El missatge no tan sols s'adequa a l'objectiu de la campanya sinó que aporta una millora: 5 punts 	
C. Disseny i estètica	Fins a 10 punts
Disseny i tipus d'imatges (audiovisual) Les propostes gràfiques han de complir amb l'objectiu de la campanya: posar en valor les zones rurals i lluitar contra el despoblament. Han d'atreure als usuaris finals i fer que es plantegin anar a viure a petits municipis de la província de Lleida: <ul style="list-style-type: none"> El llenguatge visual no respon a l'objectiu de la campanya: 0 punts El llenguatge visual respon a l'objectiu de la campanya: 2,5 punts El llenguatge visual respon a l'objectiu de la campanya i garanteix un impacte en els usuaris finals: 5 punts 	Fins a 5 punts
Proposta de la gràfica per al mitjà imprès i exterior La proposta ha d'anar dirigida al compliment de l'objectiu de la campanya: posar en valor les zones rurals i lluitar contra el despoblament. <ul style="list-style-type: none"> La utilització dels recursos gràfics no garanteix el nivell de comprensió del missatge de la campanya: 0 punts La utilització dels recursos gràfics garanteix el nivell de comprensió del missatge de la campanya: 2,5 punts La utilització dels recursos gràfics garanteix el nivell de comprensió del missatge de la campanya i l'hi aporta un valor afegit: 5 punts 	Fins a 5 punts
D. Integració i coherència entre la imatge visual i la imatge gràfica: Es valorarà el grau d'integració de totes les peces de la campanya (espot, gràfica, banners...) de manera que tots els codis visuals treballin en una mateixa direcció i construeixin una campanya global sense desconexió entre els diferents elements que conformen la campanya. <ul style="list-style-type: none"> Els recursos gràfics i visuals no són coherents: 0 punts Els recursos gràfics i visuals són coherents: 2,5 punts Els recursos gràfics i visuals són coherents i aporten un valor afegit a la campanya: 5 punts 	Fins a 5 punts
E. To i estil: Es valorarà que l'estil de la campanya i el to utilitzat doni compliment als condicionants detallats al brifing. El missatge ha de ser proper, entenedor, efectiu, però amb un to emocional que permeti que els usuaris finals es sentin identificats, els commogui i els sensibilitzi. <ul style="list-style-type: none"> El to i l'estil de la campanya no s'adequa a l'objectiu marcat al brifing: 0 punts El to i l'estil de la campanya s'adequa parcialment a l'objectiu marcat en el brifing, és proper, clar i entenedor però no emociona: 2,5 punts El to i estil de la campanya s'adequen perfectament a l'objectiu, és proper, clar, entenedor, emotiu i sensibilitza: 5 punts 	Fins a 5 punts
TOTAL	Fins a 45 punts

FASE II- Criteris de valoració quantificables de forma automàtica (Fins a un màxim de 55 punts)

Criteris valorables de forma automàtica - Fins a 55 punts	
Descripció	Puntuació
A. Experiència professional	Fins a 30 punts

Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 322778 UE6DH-GC6FU-U0BEP 66799F0A0C64C2C4A8A984DA8A965B5D5E2F829) generada amb l'aplicació Informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputacionlleida.cat/portal/verificarDocumentos.do?ent_id=1



DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 8 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilabert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Diputació de Lleida
Contractació

B. Oferta econòmica	Fins a 25 punts
TOTAL	Fins a 55 punts

A. Experiència professional (Fins a un màxim de 30 punts)

Número de campanyes de comunicació amb suport audiovisual (20 punts)

Es valorarà l'experiència professional de l'empresa contractista segons el nombre de campanyes de comunicació que acreditin dins del seu portfoli, i on l'eix de la campanya hagi estat una producció audiovisual.

EXPERIÈNCIA GENÈRICA "Eg"			
5 < = Eg < 10 campanyes	10 < = Eg < 20 campanyes	20 < = Eg < 40 campanyes	Més de 50 campanyes
5 punts	10 punts	15 punts	20 punts

Aquesta valoració es tindrà en compte quan el nombre de campanyes dutes a terme sigui superior a l'exigit als criteris de solvència tècnica o professional.

Per acreditar l'experiència caldrà presentar un document en format PDF on hi consti la relació amb un breu resum de les campanyes: títol de la campanya, data, client/organisme/empresa i enllaç directe d'accés a la campanya o PDF amb la impressió d'algun anunci publicat. Es valorarà cada campanya només una vegada.

Número de campanyes de comunicació en àmbit de foment de territori, despoblament, turisme, (10 punts)

Es valorarà l'experiència professional de l'empresa contractista segons el nombre de campanyes de comunicació que acreditin dins del seu portfoli que hagin estat centrades en algun dels següents temes: foment del territori, ruralitat, despoblament, turisme o emprenedoria.

EXPERIÈNCIA ESPECÍFICA "Ee"			
1 < = E < 4 campanyes	4 < = E < 10 campanyes	10 < = E < 15 campanyes	Més de 15 campanyes
2,5 punts	5 punts	15 punts	10 punts

Per acreditar l'experiència específica caldrà presentar un document en format PDF on hi consti la relació amb un breu resum de les campanyes: títol de la campanya, data, client/organisme/empresa i enllaç directe d'accés a la campanya o PDF amb la impressió d'algun anunci publicat. Es valorarà cada campanya només una vegada.

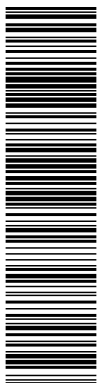
En tot cas, l'òrgan de contractació o la Mesa, podran sol·licitar els aclariments i comprovacions oportunes a les empreses licitadores, als efectes de la verificació del compliment de les propostes presentades.

B. Oferta econòmica (Fins a un màxim de 25 punts)

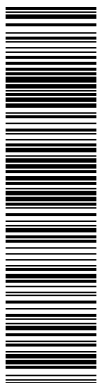
Les ofertes econòmiques podran oferir un preu igual o inferior al preu base de licitació (PBL) **IVA exclòs, previst 33.058€.**

Entre les ofertes presentades, l'oferta amb preu més baix, rebrà la totalitat de punts (25), la resta s'avaluarà d'acord amb la següent fórmula:

Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 322778 UE6DH-GC6FU-U0BEP 667970A0C64C2C4A8A984D8A965B5D5E2F829) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputaciollleida.cat/portal/verificarDocumentos.do?ent_id=1



DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 9 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilabert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 322778 UE6DH-GC6FU-U0BEP 66799F0A0C64C2C4A8A984D8A965B5D5E2F829) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputaciollleida.cat/portal/verificarDocumentos.do?ent_id=1



Diputació de Lleida

Contractació

$$P_i = P \left(1 - \frac{O_i - O_m}{IL} \right)$$

P_i= punts de l'oferta i
P= punts del criteri preu
O_i= preu de l'oferta i
O_m= preu de la millor oferta
IL= import de licitació

Sent el resultat de punts per fórmula números sencers, sempre arrodonit a número sencer per dalt quan decimal > 0,5.

Lot 2. Criteris de valoració per la inserció de la producció audiovisual als diferents mitjans de comunicació (fins a un màxim de 45 punts)

FASE 1- Criteris de valoració que depenen d'un judici de valor (Fins a un màxim de 45 punts)

Proposta tècnica

Per valorar aquest criteri, els licitadors presentaran com a sobre B una proposta tècnica amb la planificació estratègica de la compra dels següents mitjans de comunicació: televisió, ràdio, publicitat exterior, premsa escrita, mitjans digitals i xarxes socials; d'acord amb els objectius de comunicació i de mitjans establerts en el brífing que figura com a annex 1 de la memòria justificativa del contracte.

L'objectiu d'aquest criteri és seleccionar aquelles empreses que per la seva metodologia i els seus coneixements estratègics es considerin més ben preparades per poder dur a terme les planificacions estratègiques.

Es valorarà la planificació que respongui millor als objectius estratègics de comunicació tenint en compte el grau d'optimització de la inversió en relació amb la més àmplia cobertura i/o freqüència així com el nombre total d'impactes i la seva qualitat (nom de suport, programes, seccions, ...), la màxima audiència i afinitat al target o públic objectiu.

Les empreses licitadores han de presentar al sobre B la documentació tècnica justificativa de l'estratègia i la planificació en un document PDF d'una extensió màxima de 6 pàgines (tamany DINA-4, numerades i tipografia Arial 11, interlineat simple). Tot el que excedeixi d'aquesta extensió no es valorarà.

Aquest document haurà d'incloure com a mínim els següents elements:

- Anàlisi prèvia del mercat i del públic objectiu (*target*)
- Justificació estratègica del pla mix proposat
- Proposta de planificació de mitjans que permetrà difondre la informació de manera efectiva.
- Dividir els mitjans com a :
 - Televisió
 - Ràdio
 - Publicitat exterior o altres mitjans/ canals /suports
 - Premsa escrita
 - Digital / Xarxes socials
- Calendari que reflecteixi la proposta de programació de la campanya
- Estimació de l'audiència que justifiqui la selecció del mitjà proposat
- Indicadors d'èxit de les accions

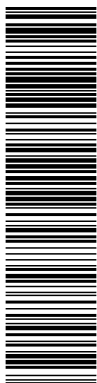
DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 10 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilabert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Diputació de Lleida
Contractació

Críteris valorables que depenen d'un judici de valor - Fins a 45 punts	
Descripció	Puntuació
<p>A. Anàlisi previ del mercat i del target (públic objectiu) Es valorarà el procés de recerca, fonts d'informació utilitzades, anàlisi de l'entorn, dels mitjans i del públic objectiu (hàbits, estil de vida i comportament enfront al seu consum de mitjans)</p> <ul style="list-style-type: none"> No inclou la informació sol·licitada: 0 punts Inclou un anàlisi correcte però no aprofundeix en el contingut: 2,5 punts Aporta un anàlisi exhaustiu i la màxima afinitat al públic objectiu o target: 5 punts 	Fins a 5 punts
<p>B. Pla de treball o cronograma Un cronograma (calendari) on s'indiqui el procés a seguir de totes les accions i quan es duran a terme</p> <ul style="list-style-type: none"> No descriu amb claredat el cronograma ni la metodologia a seguir en cada procediment: 0 punts Es descriu de forma genèrica el cronograma i la metodologia a seguir de cada procediment: 2,5 punts Es descriu i es detalla amb claredat un cronograma i la metodologia a seguir de cada procediment: 5 punts 	Fins a 5 punts
<p>C. Planificació Es valorarà la selecció de suports i distribució de la inversió, segons els formats, franges horàries, posicionament, ús d'espais qualitatius, etc. (Les franges qualitatives són el prime time -horari de màxima audiència- en TV de 20:30 a 23:30, migdia de 13:30 a 16:30, Ràdio horari de matí de dilluns a divendres, Digital a les pàgines principals, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> La planificació contempla menys d'un 20% en espais i franges qualitatives: 0 punts La planificació contempla entre un 20% i un 40% en espais i franges qualitatives: 5 punts La planificació contempla un % superior al 40% en espais, franges i programes qualitatius: 10 punts 	Fins a 10 punts
<p>D. Accions especials Es refereix a aquells anuncis que no són convencionals (Patrocini, prescripcions dins de programes, notícies, Brand day, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> La proposta no contempla accions especials: 0 punts La proposta contempla entre 5 i 10 accions especials de publicitat no convencional: 5 punts. La proposta contempla més de 10 accions especials que proporcionen un valor afegit a la campanya: 10 punts. 	Fins a 10 punts
<p>E. Posicionament preferent Es valorarà el posicionament preferent de les accions (En el mitjà televisió posicions 1a, 2a, 3a, penúltima i última. Falques de radio incloses dins dels programes, premsa escrita portada o contraportada, en mitjans digitals pàgina principal, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> La planificació contempla menys d'un 10% en posicions preferents espais i franges qualitatives: 0 punts La planificació contempla entre un 10% i un 40% en espais i franges qualitatives: 5 punts La planificació contempla més d'un 40% en espais, franges i programes qualitatius: 10 punts 	Fins a 10 punts
<p>F. Resultats, propostes de seguiment i mesures correctores en</p>	Fins a 5 punts

Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 322778 UE6DH-GC6FU-U0BEP 66792F0A0C64C2C4A8A984DA8A965B5D5E2F829) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputacionlleidacat/portal/verificarDocumentos.do?ent_id=1





Diputació de Lleida
Contractació

funció dels resultats Contraprestació. En el cas de que un anunci planificat no es publiqui o no s'emeti com es compensarà.	
<ul style="list-style-type: none"> No es descriuen amb claredat les propostes de seguiment i mesures correctores en cas de desviació de resultats: 0 punts Es descriuen les propostes de seguiment i mesures correctores sense aportar cap millora: 2,5 punts Les propostes de seguiment i mesures correctores aporten una millora a la planificació: 5 punts 	
TOTAL	Fins a 45 punts

FASE II- Criteris quantificables de forma automàtica: (Fins a un màxim de 55 punts)

Criteris valorables de forma automàtica - Fins a 55 punts	
Descripció	Puntuació
A. Experiència professional	Fins a 30 punts
B. Oferta econòmica	Fins a 25 punts
Total	Fins a 55 punts

A. Qualificació i experiència de l'empresa que executarà el contracte relatiu a l'elaboració i execució del pla de mitjans (Fins a un màxim de 30 punts)

Número de projectes de planificació de campanyes publicitàries de característiques similars (20 punts)

Es valorarà l'experiència professional de l'empresa contractista en treballs de planificació de campanyes publicitàries en mitjans de comunicació. Elaboració i execució de pla de mitjans.

EXPERIÈNCIA "E" Projectes de planificació i compra de mitjans			
10 <= E < 20 campanyes	20 <= E < 30 campanyes	30 <= E < 50 campanyes	Més de 50 campanyes
5 punts	10 punts	15 punts	20 punts

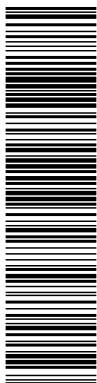
Aquesta valoració es tindrà en compte quan el nombre de campanyes dutes a terme sigui superior a l'exigit als criteris de solvència tècnica o professional.

Caldrà presentar un document en format PDF en què hi consti la relació amb un breu resum dels projectes: títol de projecte, objectius, data, organisme o empresa responsable de l'adjudicació del contracte, etc. Es valorarà cada projecte només una vegada.

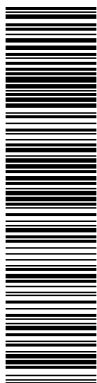
Número de projectes de planificació de campanyes publicitàries centrades en l'àmbit de foment de territori, desdoblament, turisme. (10 punts)

Es valorarà l'experiència professional de l'empresa contractista segons el nombre de projectes de campanyes de planificació de mitjans que acreditin dins de la seva cartera i que hagin estat centrades en algun dels següents temes: foment del territori, ruralitat, desdoblament, turisme o emprenedoria.

EXPERIÈNCIA ESPECÍFICA "Ee"			
1 <= E < 4 campanyes	4 <= E < 10 campanyes	10 <= E < 15 campanyes	Més de 15 campanyes
2,5 punts	5 punts	15 punts	10 punts



DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repte demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 12 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilibert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 322778 UE6DH-GC6FU-U0BEP 667979F0A0C64C2C4A8A984D8A965B5D5E2F829) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputaciollleida.cat/portal/verificarDocumentos.do?ent_id=1



Diputació de Lleida

Contractació

Caldrà presentar un document en format PDF en què hi consti la relació amb un breu resum dels projectes: títol de projecte, objectius, data, organisme o empresa responsable de l'adjudicació del contracte, etc. Es valorarà cada projecte només una vegada. En tot cas, l'òrgan de contractació o la Mesa, podran sol·licitar els aclariments i comprovacions oportunes a les empreses licitadores, als efectes de la verificació del compliment de les propostes presentades.

B. Oferta econòmica (Fins a un màxim de 25 punts)

Les ofertes econòmiques podran oferir un preu igual o inferior al preu base de licitació (PBL) **151.240 € IVA exclòs**.

Entre les ofertes presentades, l'oferta amb preu més baix, rebrà la totalitat de punts (50), la resta s'avaluarà d'acord amb la següent fórmula:

$$P_i = P \left(1 - \frac{O_i - O_m}{IL} \right)$$

- P_i = punts de l'oferta i
- P = punts del criteri preu
- O_i = preu de l'oferta i
- O_m = preu de la millor oferta
- IL = import de licitació

Sent el resultat de punts per fórmula números sencers, sempre arrodonit a número sencer per dalt quan decimal > 0,5.

11. Presentació d'ofertes:

a) Data límit de presentació: La presentació de propostes es realitzarà mitjançant l'eina de Sobre digital, dins el termini de quinze (15) dies naturals, comptador a partir del dia següent al de la publicació de l'anunci de licitació al perfil del contractant.

El termini de presentació de les propostes finalitzarà a les dotze (24'00) hores de l'últim dia, fent-se contar que si aquest finalitzés en dissabte o festiu, es prorrogaria fins el primer dia hàbil següent. Una vegada presentada una proposició no podrà ser retirada sota cap pretext.

Tot d'acord amb allò indicat a la Clàusula 11 del Plec de clàusules administratives

b) Modalitat de presentació: eina de Sobre digital

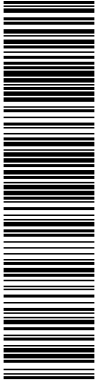
12. Obertura de les ofertes:

L'obertura del Sobre A (Documentació), Sobre B(criteris de valoració mitjançant judici de valor) i SOBRE C (criteris automàtics), es durà a terme d'acord amb allò establert a la Clàusula 12 del Plec de clàusules administratives particulars.

Lleida, a la data de la signatura electrònica

El president

DOCUMENT Anunci: Anunci licitació Servei disseny campanya repete demografic	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: UE6DH-GC6FU-U0BEP Pàgina 13 de 13	SIGNATURES 1.- Joan Talam i Gilabert, President, de DIPUTACIÓ DE LLEIDA	ESTAT SIGNAT 14/05/2024 08:34



Diputació de Lleida
Contractació

Joan Talam i Gilabert

Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 322778 UE6DH-GC6FU-U0BEP 66792F0A9C64C2C4A8A984DA8A965B5D5E2F829) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.lleida.cat/portal/verificarDocumentos.do?ent_id=1